

Stationärer Buchhandel in Deutschland 2023

Überblick

- Rund 4.500 Buchhandlungen (inkl. Filialen) sowie viele Tausend Buchverkaufsstellen
- Rund 4,05 Mrd. Euro stationärer Umsatz (41,8 Prozent des gesamten Branchenumsatzes)
- Rund 23.000 Beschäftigte
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über drei Viertel des Umsatzes.
- Nahezu alle Buchhandlungen verkaufen Bücher auch online.

1. Lage des Buchhandels in Deutschland

Buchhandelsnetz und -umsatz

Deutschland verfügt über ein weit verzweigtes Buchhandelsnetz, das im internationalen Vergleich vorbildlich ist. Insgesamt gibt es rund 4.500 Buchhandlungen (inkl. Filialen, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel) sowie viele Tausend Buchverkaufsstellen. Die Zahl der Buchhandlungen ist rückläufig.

Der Umsatz vor Ort stieg im Vergleich zu 2022 um 2,6 Prozent auf 4,055 Milliarden Euro; damit hat der Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce) einen Anteil von 41,8 Prozent am gesamten Branchenumsatz und blieb 2023 der größte Vertriebsweg für Bücher. Dieser Anteil geht tendenziell zurück, parallel ist der Anteil des Online-Handels am Gesamtumsatz gestiegen.

Das Online-Geschäft mit Büchern, bei dem etwa die Hälfte auf die Shops der stationären Buchhandlungen entfällt, legte um 5,5 Prozent zu und kommt jetzt auf Einnahmen in Höhe von 2,403 Milliarden Euro. Der Internetbuchhandel erwirtschaftet damit fast ein Viertel des Gesamtmarktes (24,8 Prozent). Im Fünf-Jahres-Vergleich profitiert das Geschäft im Netz deutlich vom Anschlag aus der Pandemiezeit: Gemessen an 2019 wurden im vergangenen Jahr online 29,5 Prozent mehr umgesetzt, im Sortimentsbuchhandel sanken die Einnahmen im selben Zeitraum um 5,5 Prozent. Das allgemeine Konsumtief, verbunden mit der sinkenden Passantenfrequenz in den Innenstädten und großen Kostensteigerungen stellt den Buchhandel allerdings weiterhin vor Herausforderungen.

MEDIENDOSSIER

Umsatz mit Büchern nach Vertriebswegen:

	2020		2021		2022		2023	
	Umsatz in Mio. €	Anteil in %						
Sortimentsbuchhandel (ohne E-Commerce)	3.905	42,0	3.764	39,1	3.952	41,9	4.055	41,8
Sonstige Verkaufsstellen	941	10,1	1.013	10,5	910	9,6	928	9,6
Warenhäuser	38	0,4	20	0,2	26	0,3	20	0,2
Internetbuchhandel	2.243	24,1	2.606	27,1	2.278	24,1	2.403	24,8
Versandbuchhandel	116	1,2	107	1,1	77	0,8	79	0,8
Verlage direkt	2.034	21,9	2.089	21,7	2.178	23,1	2.196	22,6
Buchgemeinschaften	27	0,3	31	0,3	24	0,3	25	0,3
Insgesamt	9.303	100,0	9.630	100,0	9.444	100,0	9.707	100,0

2. Buchhandelslandschaft

Anzahl der Buchhandlungen

Insgesamt gibt es rund 4.500 Buchhandlungen in Deutschland (inkl. Filialen, Bahnhofs- und Flughafenbuchhandel). Davon sind rund 2.700 kleine Buchhandlungen (ohne Filialen), 600 Läden mittelgroßer Unternehmen (2-3 Standorte) sowie 1.200 Läden, die zu Ketten gehören (4 oder mehr Filialen). Darüber hinaus werden Bücher in Deutschland an vielen Tausend Orten verkauft, z.B. an Tankstellen, in Zeitungskiosken, Super- oder Drogeriemärkten.

Die Zahl der Buchhandlungen ging in den letzten Jahren zurück. 2015 gab es noch rund 5.300 Buchhandlungen. Es werden aber auch immer wieder neue Buchhandlungen eröffnet. 2023 sind bundesweit 29 neugegründete Buchhandlungen Mitglied im Börsenverein geworden (2022: 41, 2021: 53, 2020: 30; 2019: 39).

Marktstruktur und -entwicklung

- Es gibt in Deutschland einen unvermindert starken, gut aufgestellten mittelständischen Buchhandel. Dazu gehören einige regionale Filialisten, zahlreiche Nischenbuchhandlungen, aber auch gut sortierte Allgemeinsortimente vor allem in Ballungsgebieten.

MEDIENDOSSIER

- Bundesweit führend sind die Buchhandelsunternehmen Thalia und Hugendubel. Daneben gibt es bundesweite Fachbuchhandlungen (z.B. Schweitzer Fachinformationen, Stein'sche, Lehmanns Media) und größere Filialisten auf regionaler Ebene (z.B. Pustet, Rupprecht).
- Die Konzentration im Buchhandel nimmt zu: 2019 hatte Thalia bereits den Regionalfilialisten Mayersche übernommen, Anfang 2020 übernahm die Kette mit Decius einen weiteren Regionalfilialisten. 2021 kaufte Thalia Lehmanns Media mit 14 Buchhandlungen sowie zehn Filialen von Weltbild dazu. Im Oktober 2020 haben Thalia Mayersche und Osiander eine „Osiander-Vertriebs-Gesellschaft“ (OVG) gegründet und wickeln seither IT, Webshop, Einkauf und Logistik gebündelt ab.
- Was die Filialflächenentwicklung im deutschen Buchhandel betrifft, hat sich in den letzten Jahren nur noch wenig verändert. Die Flächenbereinigung scheint fürs erste abgeschlossen und die Fluktuation der Filialstandorte normalisiert sich.
- Rund 10 Prozent der Buchhandlungen machen über drei Viertel des Umsatzes.

Buchhandelsdichte

Die Stadt mit der höchsten Buchhandelsdichte (unter den Städten ab 100.000 Einwohner*innen) ist Göttingen, hier gibt es 7.930 Einwohner*innen pro Buchhandlung. Auf Rang 2 folgt Regensburg (8.286 Einwohner*innen pro Buchhandlung), auf Platz 3 Heidelberg (9.015). Die meisten Buchhandlungen absolut gibt es in Berlin (219 Sortimente), darauf folgen Hamburg (103 Buchhandlungen) und München (96 Buchhandlungen).

3. Online-Geschäft und E-Books im stationären Sortiment

Online-Handel

Der stationäre Buchhandel hat frühzeitig auf den digitalen Wandel reagiert und stellt sich mit neuen Strategien auf den sich verändernden Markt ein. Das Erfolgsrezept heißt Cross-Channeling: Buchhandlungen kombinieren die Vorteile des Handels vor Ort (persönliche Beratung, Einkaufserlebnis) mit denen des Online-Einkaufs (Rund-um-die-Uhr-Bestellung, große Verfügbarkeit). Nahezu alle deutschen Buchhandlungen sind mit einem eigenen Online-Shop ausgestattet. Die Bedeutung des Online-Vertriebs von gedruckten Büchern und E-Books hängt jedoch stark von der jeweiligen Buchhandlung ab.

In der Corona-Krise konnten Buchhandlungen auf die bereits bestehende digitale Infrastruktur zurückgreifen und sie weiter ausbauen und das mit Erfolg: Mit 43,7 Prozent lag die Zuwachsrate bei den buchhändlerischen Webshops 2021 im Vergleich zum Vor-Corona-Niveau in 2019 mehr als doppelt so hoch wie bei Amazon mit 18,4 Prozent.

E-Books

- Ein Großteil der Buchhandlungen bietet E-Books und/oder E-Reader an.
- Rund 2.000 Buchhandlungen sind an das Tolino-System angeschlossen.

MEDIENDOSSIER

Der Buchhandel vor Ort fungiert heute auch in Sachen E-Book als professioneller Berater. Rund 2.000 Buchhandlungen in Deutschland verkaufen etwa mittlerweile E-Books über das Tolino-System. 2013 wurde die Tolino-Allianz von Thalia gemeinsam mit Hugendubel, Weltbild, Club Bertelsmann und der Deutschen Telekom gegründet. Im Gegensatz zum Kindle von Amazon ist der Tolino ein offenes System. Das heißt, Kund*innen können ihre E-Books bei jedem teilnehmenden Händler kaufen und sie auch auf anderen offenen E-Readern lesen. Im Hinblick auf den Umsatz hat der Tolino gegenüber dem Kindle inzwischen beim E-Book-Verkauf aufgeholt, sein Marktanteil liegt bei 42 Prozent.

4. Aktuelle Herausforderungen

Die Pandemie hat die Verödung der Innenstädte beschleunigt: Stadtzentren und auch Orte im ländlichen Raum haben in der Krise weiter bedrohlich an Lebendigkeit und Vielfalt verloren.

Eine durch Konsumflaute, Inflation und anhaltend hohe Kosten wirtschaftlich angespannte Lage stellt Buchhändler*innen vor weitere Herausforderungen. Die Zunahme von Nachweis- und Berichtspflichten sorgt für einen erhöhten Bürokratieaufwand. Personal ist sogar in zweierlei Hinsicht problematisch: Die Nachwuchsgewinnung gestaltet sich sehr schwierig und die Kosten steigen.

5. Maßnahmen für die Zukunft

- Cross-Channeling: Verknüpfung der Vorzüge des stationären und des Online-Handels
- Ausbau des Marketings über Veranstaltungen und Kooperationen, Social Media
- Buchhandlung als kultureller Treffpunkt und wichtiger Bestandteil bei der Belebung der Innenstädte

Das Erfolgsrezept für einen Großteil der Buchhandlungen heißt Cross-Channeling. Buchhandlungen verbinden die Vorteile des Online-Services (Rund-um-die-Uhr-Beratung und -bestellung, E-Books) mit denen des stationären Einkaufs: Beratungskompetenz und persönlicher Kontakt. So bieten Buchhändler*innen einen Rundum-Service, den kein reiner Online-Händler bieten kann. Angesichts sinkender Käufer*innenzahlen beschäftigen sich Buchhandlungen intensiv mit Lösungen, wie sie Marketing, Ansprache der Kund*innen und Veranstaltungsformate noch konsequenter auf die Bedürfnisse potenzieller Leser*innen ausrichten können. Im Hinblick auf das wachsende Interesse junger Zielgruppen stellen sich viele Buchhandlungen bei Ihrer Kund*innenansprache und Sortimentsplanung auf deren Bedürfnisse ein und sind selbst auf Social Media aktiv. Unter anderem kommt es darauf an, den Menschen die Orientierung im großen Titelangebot zu erleichtern, den Kund*innen ein Erlebnis rund ums Buch zu schaffen und das Buch verstärkt in den Alltag der Menschen zurückzubringen. Die Kommunikation über Online-Kanäle wird dabei immer wichtiger. Die Coronakrise war hier für viele ein Motor, ihr digitales Angebot auszubauen, auch über Förderprogramme wie „Neustart Kultur“. So stellen Buchhandlungen Neuerscheinungen über Instagram vor, nehmen Bestellungen via WhatsApp an oder präsentieren z.B. Titel, die auf BookTok trenden mit Büchertischen im Laden.

Besonders erfolgreich sind Buchhandlungen, die sich als kultureller und gesellschaftlicher Treffpunkt in der Stadt, im Viertel oder im Ort positionieren: Durch Veranstaltungen wie Lesungen, Diskussionen,

MEDIENDOSSIER

Kinderprogramme oder Kooperationen mit Schulen, Kindergärten oder anderen Einzelhändlern steigern sie ihre Bekanntheit und werden fester Teil des Stadt- oder Ortslebens.

So kann der Buchhandel mit seiner einzigartigen Verbindung von Einzelhandel und Kulturinstitution, und mit seinem filigranen Netz von rund 4.500 Läden eine wichtige Rolle übernehmen, wenn es darum geht, die Innenstädte nach der Pandemie wieder zu beleben. Buchhandlungen sind Dritte Orte par excellence – Räume des gesellschaftlichen Austauschs, des Miteinanders und des öffentlichen Diskurses. Besucher*innen finden dort Inspiration, Entschleunigung und ein angenehmes Umfeld der Offenheit. Gemeinsam mit der Politik gilt es, diese Räume noch weiter auszubauen zu kulturellen Ereignisorten, die weitere Anziehungskraft entfalten und Menschen motivieren können, wieder in die Innenstädte zu kommen.